

# 『社会大変革の先にある未来を見据えて』

理事 小原 好一

IoE(Internet of Everything)の進展により、ビジネスプロセスは激変の様相を呈している。その要諦を以下に示す。



## ① 「個客」対応の進展

まずは、「個客」対応の進展である。インターネットを通して世界中の顧客とのダイレクトコミュニケーションが実現すると、モノやサービスはマスの市場・顧客を対象とした大量生産から、「個客」の多様なニーズに応えるためにカスタマイズする方向へシフトしつつある。

## ② 「コトづくり」の進展

個客への関係性を継続的に高めていくためには、モノづくりだけでなく、モノとサービスを融合した「コトづくり」へのステップアップが必然となる。コトづくりは以前から提唱されていたが、IoEの普及によりモノからコトへのシフトが本格化すると考えられる。

## ③ 「共創」の進展

個客と結びつきが強くなると、個客への価値提供という一方向だけでなく、個客と双方向の「共創」が進展する。共創により価値が実現すると、個客との関係はますます密実なものとなる。

## ④ 「オープン化」の進展

個客に対してさらなる価値を生み出し、個客の囲い込みを図るために、自社のノウハウを活かした異業種への参入、或いは他社のノウハウを活かすオープンイノベーションなどが活性化する。特に近年は、オープンプラットフォームのイニシアティブを得た企業が異業種に参入するケースが相次いでおり、代表的な例としてアマゾンのアパレル業界などへの進出が挙げられる。そして、業界の垣根は次第に取り払われる傾向にある。

## ⑤ 「ビックデータ化」の進展

オープン化が進むと、個客の情報がプラットフォームを介してビッグデータとして集積され、AIなどを活用して個客に、より正確に、よりタイムリーに、より満足度の高い、さらには個客が気づいていない価値を提供する源泉となる。ゆえに、情報を収集し、形式知としてデータ化するプロセスがより一層重要になる。

## ⑥ 「ビジネスモデル」の進展

プラットフォームの普及が進むと、個客との結びつきに加えて、社会、サプライチェーンなどとの関係性を深めることも可能になる。言い換えると、ビジネスモデルが従来の B to B, B to C から、B to Personal(B to B to P), B to Social(B to B to S)に変容していくことを示唆している。

## ⑦ 「デジタルファースト」への進展

東京大学の江崎浩教授は、従来はビジネスの道具として脇役に位置づけられていたデジタル技術が、人知を超えてリアル社会を変貌する主役となる「デジタルファースト」の社会が今まさに到来しつつあることを提唱している。加えて、デジタル技術を活用したカリフォルニアワインがシェアを拡大するとともに、伝統的な職人の技を強みとするフランスワインのステイタスが高まるように、デジタルファーストな社会においては、アナログの技術が衰退するのではなく、新たな輝きを放つことにも言及されている。

上述のように、今日のビジネスを取り巻く社会環境は、従来の延長線上と異なる次元へ舵を切りつつあり、技術革新に伴い、今までは不可能とされていたビジネスプロセスが次々に実現していく新たなステージに私たちは身を置こうとしている。ゆえに、次世代を担う檜の芽会会員の皆様には、変化の先にある未来社会を見据えて、あるべき姿からバックキャスト（逆算）する思考を抱き、今まさに取り組むべき課題へ挑戦して頂きたいと願っている。そして、未来社会を先駆け、牽引するビジネスパーソンとして躍動するための日々の研鑽を大いに期待している。

前田建設工業株式会社 代表取締役会長